# Les habitudes de voyage les Canadiens et l'incidence d'un dollar canadien plus faible

## Automne 2000

Planification et recherche des marchés

*Une généreuse nature*

Commission canadienne du tourisme
Canadian Tourism Commission
Canada

102-06373/

# *Les habitudes de voyage des Canadiens et l'incidence d'un dollar canadien plus faible*

## *Automne 2000*

***Préparé par :***

***Roper Reports Canada***

***pour :***

***La Commission canadienne du tourisme***

**Données de catalogage avant publication de la Bibliothèque nationale du Canada**

Vedette principale au titre :

Les habitudes de voyage des Canadiens et l'incidence d'un dollar canadien plus faible : automne 2000

Publ. aussi en anglais sous le titre : Canadian vacation travel habits and the impact of the lower canadian dollar.

ISBN 0-662-85872-7
No de cat. C86-119/2001F

1. Tourisme -- Canada -- Statistiques.
2. Tourisme -- Canada.
3. Voyageurs -- Canada.
I. Roper Reports Canada (Firme)
II. Commission canadienne du tourisme.

G155.C3C32 2001 338.4'791710468 C2001-980178-5

# Table des matières


Historique ..... 1

Résumé ..... 3

Voyages d'agrément au cours des 12 derniers mois ..... 5

Incidence d'un faible dollar canadien ..... 5

Voyages d'agrément au cours des 12 prochains mois ..... 5

Voyages d'agrément de deux nuits ou plus au Canada au cours des 12 derniers mois ..... 5

Voyages d'agrément de deux nuits ou plus aux États-Unis au cours des 12 derniers mois ..... 6

Incidence d'un dollar canadien plus faible sur les projets de vacances à l'étranger ..... 7

Incidence d'un dollar canadien plus faible sur les projets de vacances à l'étranger – (Par comparaison à il y a deux ans) ..... 7

Probabilités de vacances à l'étranger en raison d'un dollar canadien plus faible ..... 8

Probabilités de vacances au Canada en raison d'un dollar canadien plus faible ..... 8

Changements dans les habitudes de voyage à l'étranger attribuables à un dollar canadien plus faible ..... 9

Futurs projets de vacances ..... 11

Projets de voyage d'agrément au Canada au cours des 12 prochains mois ..... 11

Projets de voyage d'agrément aux États-Unis au cours des 12 prochains mois ..... 12

Confiance des consommateurs ..... 13

Méthode de l'enquête ..... 15

Taille de l'échantillon ..... 15

Univers statistique ..... 15

Distribution de l'échantillon ..... 15

Sélection de l'échantillon ..... 15

Étape I - Sélection des collectivités ..... 15

Étape II - Sélection d'unités primaires d'échantillonnage ..... 16

Étape III - Sélection des ménages à l'intérieur des SD ..... 16

Étape IV - Sélection des individus à l'intérieur des ménages ..... 17

Pondération et fiabilité de l'échantillon ..... 17

# Historique

La Commission canadienne du tourisme a demandé à Starch Research Services, dans le cadre de son service Roper Reports Canada, d'examiner l'incidence, le cas échéant, d'un dollar canadien plus faible sur les habitudes et les préférences des voyageurs d'agrément canadiens.

En plus d'examiner l'incidence d'un dollar plus faible sur les habitudes et les projets de voyage d'agrément des Canadiens, la Commission souhaitait suivre l'évolution des habitudes de voyage des Canadiens en général aux fins de vacances[1] (deux nuits ou plus) au Canada et aux États-Unis, au cours des douze mois précédents et des douze mois suivants.

Roper Reports Canada est un service de recherche commune semestrielle qui fournit des renseignements sur les marchés et les tendances à un large éventail de clients des secteurs public et privé. Le service consiste en une enquête à domicile menée au printemps et à l'automne auprès d'un échantillon représentatif de 1 200 adultes canadiens de 18 ans et plus.

L'enquête de l'automne 2000 a été effectuée à l'échelle nationale au moyen d'interviews à domicile de 1 200 adultes canadiens. Le travail sur le terrain s'est fait entre le 27 décembre 2000 et le 23 février 2001.

---

[1] *Du printemps 1995 au printemps 1998, les « vacances » étaient définies comme un séjour de trois jours ou plus au loin. Cette définition a été modifiée en faveur de deux nuits ou plus à partir de l'enquête de l'automne 1998.*

# Résumé

Les résultats de l'enquête Roper Canada de l'automne 2000 font ressortir une augmentation continue du nombre des voyages intérieurs au cours des 12 derniers mois et la possibilité que ce rythme amélioré se maintienne au cours de l'année qui vient.

Les voyages d'agrément au Canada ont gagné neuf points de pourcentage pour passer de 39 p. 100 à l'automne 1999 à 48 p. 100 pour la période actuelle. Les voyages aux États-Unis ont augmenté légèrement sur 12 mois pour passer de 15 p. 100 à 18 p. 100.

La faible valeur du dollar canadien par rapport au dollar américain continue à préoccuper grandement les planificateurs de vacances. Néanmoins, 43 p. 100 seulement des Canadiens croient que des vacances au Canada coûtent moins cher ou beaucoup moins cher qu'un voyage aux États-Unis lorsque le coût des déplacements est exclu.

La confiance des consommateurs demeure faible, 28 p. 100 seulement des répondants croyant que c'est un « bon moment pour acheter ».

# Voyages d'agrément au cours des 12 derniers mois

- À 48 p. 100, le pourcentage des voyages intérieurs représente une amélioration importante par comparaison au plus bas niveau enregistré à l'automne 1999, soit 39 p. 100, et indique un retour à des taux historiques plus typiques.
- À 18 p. 100, les voyages aux États-Unis ont légèrement augmenté, mais demeurent bien inférieurs au sommet de 27 p. 100 enregistré au printemps 1998.

## Incidence d'un faible dollar canadien

- 77 p. 100 des Canadiens considèrent que la valeur du dollar est un facteur déterminant dans la planification des vacances.
- 55 p. 100 d'entre eux accordent plus d'importance à cette question qu'il y a deux ans.
- Les jeunes Canadiens de 18 à 24 ans et les personnes âgées de plus de 65 ans sont moins préoccupés par la faible valeur du dollar.

## Voyages d'agrément au cours des 12 prochains mois

- 50 p. 100 des Canadiens se proposent de faire un voyage au Canada au cours des 12 prochains mois.
- 15 p. 100 des répondants se proposent de faire un voyage d'agrément aux États-Unis.
- Selon 46 p. 100 des répondants, les efforts de l'industrie touristique pour promouvoir les voyages au Canada continuent à exercer une forte influence.

## Voyages d'agrément de deux nuits ou plus au Canada au cours des 12 derniers mois

*Q. Avez-vous fait un voyage d'agrément de deux nuits ou plus au cours des 12 derniers mois (au Canada)?*

***Figure 1***

| | Printemps 1995 | Automne 1995 | Printemps 1996 | Automne 1996 | Printemps 1997 | Automne 1997 | Printemps 1998 | Automne 1998 | Automne 1999 | Printemps 2000 | Automne 2000 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Oui | 45 | 50 | 46 | 44 | 40 | 46 | 48 | 47 | 39 | 43 | 48 |
| Non | 55 | 50 | 54 | 56 | 60 | 54 | 52 | 53 | 61 | 57 | 52 |

Le pourcentage des Canadiens qui ont fait des voyages intérieurs est passé de 39 p. 100 à l'automne 1999 à 48 p. 100 à l'automne 2000, une augmentation spectaculaire sur 12 mois, mais plus typique des résultats des enquêtes antérieures.

Les répondants de 35 à 49 ans ont été les plus nombreux à prendre des vacances au Canada, avec un taux de 86 p. 100, ou 10 points de pourcentage au-dessus de la moyenne. Ceux dont le ménage avait un revenu de moins de 50 000 $ et ceux qui avaient des enfants de moins de 18 ans ont également été vraisemblablement plus nombreux à prendre des vacances au Canada.

D'un point de vue régional, les Canadiens des provinces Atlantiques sont demeurés les plus nombreux à prendre leurs vacances au Canada, avec un taux de 97 p. 100, par comparaison à un creux de 65 p. 100 en Ontario.

## Voyages d'agrément de deux nuits ou plus aux États-Unis au cours des 12 derniers mois

*Q. Avez-vous fait un voyage d'agrément de deux nuits ou plus au cours des 12 derniers mois (aux États-Unis)?*

### *Figure 2*

| | Printemps 1995 | Automne 1995 | Printemps 1996 | Automne 1996 | Printemps 1997 | Automne 1997 | Printemps 1998 | Automne 1998 | Automne 1999 | Printemps 2000 | Automne 2000 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Oui | 20 | 23 | 23 | 22 | 22 | 24 | 27 | 17 | 15 | 17 | 18 |
| Non | 80 | 77 | 77 | 78 | 78 | 76 | 73 | 83 | 85 | 83 | 82 |

Le pourcentage des Canadiens qui ont fait un voyage de deux nuits ou plus aux États-Unis au cours des 12 derniers mois est passé de 15 p. 100 à l'automne 1999 à 18 p. 100 à l'automne 2000. Néanmoins, les voyages aux États-Unis demeurent en deçà du sommet de 27 p. 100 enregistré au printemps 1998.

Les Canadiens plus âgés continuent à se classer parmi les plus fervents adeptes des voyages aux États-Unis, 42 p. 100 des répondants de 65 ans et plus s'aventurant dans le Sud, par comparaison à la moyenne de 29 p. 100. Le revenu du ménage est un facteur clé, 36 p. 100 d'entre eux gagnant plus de 50 000 $ par année et 15 p. 100 seulement, moins de 30 000 $. Ceux qui ont des enfants de moins de 18 ans sont moins susceptibles de prendre des vacances aux États-Unis, avec un taux de 22 p. 100.

Les résidents de l'Ontario ont été de loin les plus nombreux à se rendre aux États-Unis en vacances avec 37 p. 100, par comparaison à 17 p. 100 seulement pour les provinces Atlantiques. La Floride demeure la destination vacances la plus populaire, suivie de New York et de la Californie.

## Incidence d'un dollar canadien plus faible sur les projets de vacances à l'étranger

*Q.* *La valeur du dollar canadien par rapport au dollar américain est-elle un facteur important lorsque vous choisissez comment, quand et où vous pourriez passer vos prochaines vacances de deux nuits ou plus?*

| | |
|---|---|
| Très important | 51 % |
| Assez important | 26 % |
| Pas très important | 11 % |
| Pas du tout important | 12 % |
| Total | 100 % |

La valeur du dollar canadien par rapport au dollar américain continue à jouer un rôle clé dans les projets de vacances des Canadiens, 77 p. 100 des répondants étant d'avis que c'est un facteur « très important » ou « assez important », un résultat très semblable à celui des enquêtes du printemps 2000 et de l'automne 1999.

Bien que les résultats soient assez uniformes d'un groupe démographique à l'autre, les Canadiens de 65 ans et plus sont légèrement moins préoccupés par cette question que d'autres.

## Incidence d'un dollar canadien plus faible sur les projets de vacances à l'étranger – (Par comparaison à il y a deux ans)

*Q.* *Par comparaison à il y a deux ans, la valeur du dollar canadien par rapport au dollar américain est-elle un facteur qui compte plus, qui compte moins ou qui ne change rien lorsque vous choisissez comment, quand et où vous pourriez passer vos prochaines vacances de deux nuits ou plus?*

| | |
|---|---|
| Facteur plus important | 55 % |
| Facteur moins important | 5 % |
| Ne change rien | 40 % |
| Total | 100 % |

Les Canadiens demeurent très préoccupés par la valeur du dollar canadien par rapport au dollar américain, 55 p. 100 d'entre eux ayant indiqué que c'est un facteur qui intervient plus qu'il y a deux ans dans leurs projets de vacances.

Les jeunes Canadiens de 18 à 24 ans et les personnes âgées 65 ans et plus acceptent mieux la réalité d'un dollar canadien plus faible puisqu'ils ont été plus nombreux à répondre « ne change rien ».

## Probabilités de vacances à l'étranger en raison d'un dollar canadien plus faible

*Q.* *À cause du dollar canadien plus faible, y a-t-il plus de chances ou moins de chances que vous preniez des vacances à l'extérieur du Canada dans un avenir prochain?*

### *Figure 3*

| % | Printemps 1995 | Automne 1995 | Printemps 1996 | Automne 1996 | Printemps 1997 | Automne 1997 | Printemps 1998 | Automne 1998 | Automne 1999 | Printemps 2000 | Automne 2000 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Plus de chances | 6 | 8 | 8 | 9 | 7 | 6 | 7 | 6 | 6 | 9 | 9 |
| Moins de chances | 60 | 51 | 54 | 38 | 42 | 40 | 50 | 57 | 57 | 52 | 51 |
| Aucune différence | 34 | 41 | 38 | 53 | 52 | 54 | 43 | 37 | 37 | 38 | 40 |

Les Canadiens demeurent préoccupés par la faible valeur de leur dollar, comme en témoignent leurs projets de vacances, 51 p. 100 d'entre eux s'étant dits moins enclins à prendre des vacances à l'étranger dans un avenir prochain.

Les Canadiens mariés (56 %) sont beaucoup moins susceptibles de faire un voyage à l'étranger que les célibataires (46 %). Ce sont également ceux qui ont des enfants plus vieux qui sont le plus préoccupés par cette question. D'un point de vue régional, les résidents de l'Ontario et du Québec s'en préoccupent moins que d'autres Canadiens.

## Probabilités de vacances au Canada en raison d'un dollar canadien plus faible

*Q.* *Y a-t-il donc plus de chances ou moins de chances que vous preniez des vacances au Canada en raison du dollar canadien plus faible? (Question posée à ceux qui ont indiqué qu'il y avait moins de chances qu'ils fassent un voyage à l'étranger à cause du dollar plus faible).*

***Figure 4***

| % | Printemps 1995 | Automne 1995 | Printemps 1996 | Automne 1996 | Printemps 1997 | Automne 1997 | Printemps 1998 | Automne 1998 | Automne 1999 | Printemps 2000 | Automne 2000 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Plus de chances | 71 | 72 | 71 | 70 | 77 | 64 | 70 | 79 | 80 | 84 | 86 |
| Moins de chances | 11 | 13 | 12 | 9 | 9 | 19 | 9 | 9 | 7 | 8 | 5 |
| Aucune différence | 17 | 15 | 17 | 21 | 15 | 17 | 19 | 12 | 13 | 7 | 9 |

Les Canadiens sont plus convaincus que jamais que la faible valeur du dollar canadien les incitera à prendre leurs vacances au Canada, 86 p. 100 d'entre eux ayant indiqué que c'est vraisemblablement ce qu'ils feront.

Les résultats étaient très similaires d'un groupe démographique à l'autre, quoique les jeunes Canadiens de 18 à 24 ans et les Canadiens de 65 ans et plus semblent légèrement moins préoccupés par le dollar.

Les résidents du Manitoba/de la Saskatchewan et de l'Alberta sont ceux qui ont le plus de chances de prendre leurs vacances au Canada (93 %) par comparaison à un creux de 80 p. 100 au Québec.

## Changements dans les habitudes de voyage à l'étranger attribuables à un dollar canadien plus faible

*Q.* *En raison de la faiblesse du dollar canadien, certains vacanciers ont modifié leurs habitudes de voyage à l'étranger tandis que d'autres continueront à prendre leurs vacances comme d'habitude. Pourriez-vous lire les points énumérés ci-dessous et indiquer ceux qui pourraient s'appliquer à vous? (Question posée à ceux qui ont indiqué qu'il y avait moins de chances qu'ils prennent des vacances à l'étranger en raison d'un dollar plus faible ou que cela ne change rien).*

***Figure 5***

| | Printemps 1995 | Automne 1995 | Printemps 1996 | Automne 1996 | Printemps 1997 | Automne 1997 | Printemps 1998 | Automne 1998 | Automne 1999 | Printemps 2000 | Automne 2000 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Faire moins de voyages | 39 | 36 | 32 | 28 | 35 | 31 | 33 | 43 | 38 | 35 | 41 |
| Continuer à prendre des vacances comme d'habitude | 26 | 34 | 30 | 35 | 32 | 39 | 35 | 33 | 29 | 29 | 26 |
| Faire un séjour plus court | 30 | 24 | 24 | 20 | 20 | 21 | 21 | 27 | 32 | 33 | 32 |
| Chercher des moyens moins coûteux de me rendre | 25 | 23 | 26 | 23 | 22 | 22 | 23 | 26 | 30 | 27 | 26 |
| Loger dans des endroits moins coûteux | 28 | 27 | 26 | 23 | 24 | 25 | 23 | 25 | 32 | 30 | 28 |
| Manger dans des restaurants moins coûteux | 23 | 21 | 20 | 16 | 17 | 17 | 17 | 18 | 23 | 22 | 22 |
| Autre | 6 | 9 | 10 | 6 | 7 | 10 | 7 | 4 | 7 | 6 | 5 |
| Non mentionné | 4 | 3 | 2 | 8 | 4 | * | 2 | * | 2 | 4 | 4 |

Les Canadiens qui projettent toujours de faire des voyages à l'étranger ont indiqué qu'ils modifieront leurs habitudes de voyage en fonction de la faible valeur du dollar canadien. De moins nombreux voyages et des séjours plus courts sont les ajustements les plus communs, 26 p. 100 seulement des répondants ayant indiqué qu'ils se proposent de prendre des vacances comme d'habitude.

Les réponses sont assez uniformes pour les différents groupes démographiques quoiqu'il semble moins probable que les Canadiens de plus de 65 ans cherchent des établissements d'hébergement moins coûteux et que les Canadiens de 18 à 24 ans fassent moins de voyages.

Les résidents du Canada atlantique sont plus susceptibles de prendre leurs vacances comme d'habitude tandis que ceux du Manitoba et de la Saskatchewan sont ceux qui ont le plus de chances de modifier en profondeur leurs habitudes de voyage.

# Futurs projets de vacances

## Projets de voyage d'agrément au Canada au cours des 12 prochains mois

*Q.* *Vous proposez-vous de faire un voyage d'agrément de deux nuits ou plus au Canada au cours des 12 prochains mois?*

***Figure 6***

| | Printemps 1995 | Automne 1995 | Printemps 1996 | Automne 1996 | Printemps 1997 | Automne 1997 | Printemps 1998 | Automne 1998 | Automne 1999 | Printemps 2000 | Automne 2000 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Oui | 46 | 47 | 48 | 37 | 48 | 41 | 50 | 46 | 41 | 51 | 50 |
| Non | 43 | 44 | 44 | 52 | 44 | 49 | 40 | 46 | 52 | 44 | 45 |
| Peut-être | 11 | 9 | 8 | 11 | 8 | 10 | 10 | 8 | 7 | 5 | 5 |
| Oui/peut-être | 57 | 56 | 56 | 48 | 56 | 51 | 60 | 54 | 48 | 56 | 55 |

Les voyages d'agrément au Canada demeurent très populaires, 50 p. 100 des répondants ayant indiqué qu'ils se proposent de faire un voyage intérieur de deux nuits ou plus au cours des 12 prochains mois.

Les Canadiens à revenu moyen et plus élevé sont ceux qui se proposent de faire le plus de voyages au Canada tout comme ceux du groupe des 35 à 49 ans. Les Canadiens mariés et ceux qui ont des enfants de moins de 18 ans se proposent eux aussi de dépenser l'argent qu'ils consacreront à leurs vacances à l'intérieur de leurs propres frontières au cours de l'année qui vient. Les résidents de la Colombie-Britannique (64 %) et du Manitoba/de la Saskatchewan (63 %) passeront vraisemblablement leurs vacances au Canada, comparativement à 44 p. 100 pour l'Ontario et le Québec.

Les Canadiens ne sont toujours pas convaincus qu'un voyage intérieur coûte moins cher que des vacances aux États-Unis lorsque les coûts de déplacement sont exclus : 43 p. 100 seulement croient que le Canada coûte un peu moins/beaucoup moins cher tandis que 29 p. 100 croient qu'il coûte à peu près la même chose que les États-Unis.

Les efforts de l'industrie touristique pour promouvoir les voyages au Canada continuent à exercer une forte incidence, 46 p. 100 des Canadiens ayant indiqué qu'ils sont attirés par les forfaits offerts, soit le même pourcentage que lors de l'enquête du printemps 2000.

## Projets de voyage d'agrément aux États-Unis au cours des 12 prochains mois

*Q.* *Vous proposez-vous de faire un voyage d'agrément de deux nuits ou plus aux États-Unis au cours des 12 prochains mois?*

***Figure 7***

| % | Printemps 1995 | Automne 1995 | Printemps 1996 | Automne 1996 | Printemps 1997 | Automne 1997 | Printemps 1998 | Automne 1998 | Automne 1999 | Printemps 2000 | Automne 2000 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Oui | 15 | 18 | 19 | 20 | 18 | 19 | 18 | 14 | 16 | 15 | 15 |
| Non | 73 | 69 | 73 | 70 | 72 | 69 | 72 | 76 | 78 | 80 | 78 |
| Peut-être | 13 | 12 | 7 | 10 | 10 | 12 | 11 | 10 | 6 | 5 | 7 |
| Oui/peut-être | 28 | 30 | 26 | 30 | 28 | 31 | 29 | 24 | 22 | 20 | 22 |

Le pourcentage des Canadiens qui se proposent de prendre des vacances aux États-Unis a augmenté très légèrement dans la catégorie oui/peut-être pour passer de 20 p. 100 au printemps 2000 à 22 p. 100 dans le cadre de cette enquête-ci, mais il demeure inférieur au pourcentage de 31 p. 100 enregistré à l'automne 1997.

Les Canadiens dont le ménage a un revenu de 50 000 $ et plus ont de plus fortes chances de faire un voyage aux États-Unis, leur pourcentage s'élevant à 28 p. 100 par comparaison à 13 p. 100 pour les répondants ayant un revenu plus bas.

La Floride demeure la destination la plus populaire avec un taux de 27 p. 100, suivie de New York à 18 p. 100 et de la Californie à 14 p. 100.

# Confiance des consommateurs

*Q.* *Étant donné la disponibilité et le coût des choses aujourd'hui et compte tenu également de votre situation financière actuelle, diriez-vous que c'est le bon moment d'acheter les choses que vous voulez et dont vous avez besoin, qu'il vaudrait mieux attendre, ou ni l'un ni l'autre?*

## *Figure 8*

| | Printemps 1995 | Automne 1995 | Printemps 1996 | Automne 1996 | Printemps 1997 | Automne 1997 | Printemps 1998 | Automne 1998 | Automne 1999 | Printemps 2000 | Automne 2000 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Bon moment pour acheter | 23 | 20 | 17 | 28 | 25 | 29 | 31 | 24 | 26 | 26 | 28 |
| Vaudrait mieux attendre | 40 | 43 | 48 | 34 | 39 | 34 | 31 | 39 | 33 | 31 | 34 |
| Ni l'un ni l'autre | 33 | 33 | 33 | 35 | 33 | 34 | 36 | 34 | 39 | 40 | 36 |
| Ne sait pas | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 |

La confiance des consommateurs canadiens demeure chancelante, 28 p. 100 seulement des répondants croyant que c'est le « bon moment pour acheter ». Les Canadiens plus âgés et ceux qui ont un revenu plus élevé sont un peu plus optimistes que d'autres.

# Méthode de l'enquête

## Taille de l'échantillon

À l'échelle nationale, 1 200 répondants de 18 ans et plus ont été interviewés en personne à domicile pour Roper Reports entre le 27 décembre 2000 et le 23 février 2001.

## Univers statistique

L'univers statistique englobait tous les individus de 18 ans et plus vivant au Canada, sauf les exceptions suivantes :

i) le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest;

ii) les habitants de régions peu peuplées;

iii) toutes les réserves indiennes;

iv) les détenus ou les membres des forces armées ne vivant pas chez eux.

## Distribution de l'échantillon

L'échantillon total de 1 200 individus a été réparti entre six régions du Canada : Canada atlantique, Québec, Ontario, Manitoba/Saskatchewan, Alberta et Colombie-Britannique.

## Sélection de l'échantillon

Un processus d'échantillonnage probabiliste à plusieurs degrés stratifié a été utilisé pour la sélection des lieux d'entrevue. Les chances qu'une collectivité soit incluse à chaque étape du processus de sélection étaient fondées sur les données du recensement de 1996.

## Étape I - Sélection des collectivités

La première étape du processus de sélection d'un échantillon a consisté à classer les collectivités selon qu'elles constituent une région métropolitaine de recensement (RMR) ou une agglomération de recensement (AR).

Une région métropolitaine de recensement est une vaste région géographique comptant 100 000 habitants répartis autour d'un noyau urbanisé. Les agglomérations de recensement s'apparentent aux RMR pour ce qui est de leur définition, mais comptent entre 10 000 et 100 000 habitants.

Les populations étant définies comme des RMR ou des AR ont d'abord été stratifiées à l'intérieur de chaque région géographique selon un ordre décroissant. Les chances pour une RMR/AR d'être choisie étaient proportionnelles à sa population par comparaison à la région.

Les chances pour une collectivité particulière (définie comme étant une subdivision de recensement) d'être choisie à l'intérieur d'une RMR ou d'une AR donnée étaient proportionnelles à sa population par comparaison à l'ensemble de la RMR ou de l'AR.

Les RMR ou AR choisies avec des secteurs de recensement ont ensuite fait l'objet d'une stratification en fonction de la population selon un ordre décroissant. Les chances qu'un secteur de recensement particulier soit choisi étaient proportionnelles à sa population par comparaison à celle de la subdivision de la RMR/AR choisie pour une RMR/AR sélectionnée.

Les collectivités (définies comme étant des subdivisions de recensement) ne faisant pas partie d'une RMR ou d'une AR ont été stratifiées en fonction de la population à l'intérieur de chaque région géographique selon un ordre décroissant. Les chances qu'une subdivision de recensement particulière soit choisie dépendaient de la taille de sa population par rapport à la région géographique dont elle fait partie.

## Étape II - Sélection d'unités primaires d'échantillonnage

L'unité primaire d'échantillonnage était le secteur de dénombrement. Un secteur de dénombrement ou SD compte habituellement au plus 375 ménages dans les plus grandes collectivités et au moins 125 ménages dans les plus petites.

Tous les SD d'une collectivité choisie (subdivision de recensement ou secteur de recensement) avaient des chances égales d'être choisis. Les intervieweurs devaient mener dix entrevues dans chacun des SD qui leur avaient été confiés.

Au total, 120 secteurs de dénombrement ont été choisis; 93 étaient situés à l'intérieur d'une RMR/AR tandis que 27 n'en faisaient pas partie.

## Étape III - Sélection des ménages à l'intérieur des SD

Les intervieweurs ont reçu une carte géographique montrant clairement la région où devaient avoir lieu toutes les entrevues. Le point de départ était indiqué par un X sur chaque carte. Les intervieweurs devaient suivre la route indiquée sur la carte.

Des instructions détaillées ont été fournies à chaque intervieweur sur le mode de sélection des ménages pour les entrevues. De manière générale, ils devaient choisir des ménages le long de la route qu'ils étaient censés suivre.

## Étape IV - Sélection des individus à l'intérieur des ménages

Une grille de sélection en X a été utilisée pour déterminer qui devait être interviewé si plus d'un membre qualifié du ménage était à la maison au moment où l'intervieweur téléphonait. Une seule entrevue par ménage était permise.

## Pondération et fiabilité de l'échantillon

Les résultats de l'enquête ont été compensés en fonction de l'âge, du sexe et de la région pour correspondre à la population adulte canadienne de 18 ans et plus. Les résultats pour le Québec ont en outre été compensés en fonction de la langue le plus souvent parlée à la maison.

La marge d'erreur pour un échantillon aléatoire de 1 200 entrevues est de ± 2,8 p. 100 19 fois sur 20.